

UIS/CI/M/2012

Montréal, Juillet 2012

Enquête 2012
Collecte de données sur les statistiques des médias

MANUEL D'INSTRUCTION AFIN DE REMPLIR LES QUESTIONNAIRES RELATIFS AUX STATISTIQUES SUR L'AUDIOVISUEL ET LA PRESSE ÉCRITE, ET LE CADRE LÉGAL ET RÈGLEMENTAIRE DES MÉDIAS.

SOMMAIRE

Notes techniques pour remplir les tableaux

1) Notes sur le codage des données manquantes

Le codage correct des données manquantes est essentiel afin de garantir l'intégrité des données. Les différentes raisons pour lesquelles il n'existe pas de données dans un cas particulier doivent être distinguées dans les analyses de statistiques et les rapports.

Veuillez ne pas laisser de cellule vide dans les tableaux. Toute case pour laquelle on ne dispose d'aucune valeur valide, doit recevoir un des quatre types de codes pour indiquer une donnée manquante :

i) Catégorie sans objet = **a**

Si une certaine catégorie ou cellule dans les tableaux ne s'applique pas à l'environnement médiatique dans votre pays, veuillez alors assigner le code « **a** » à toutes les cellules se référant à cette catégorie. Cela implique que les données pour ces catégories n'existent pas, même de façon hypothétique.

ii) Chiffre nul = **n**

Si la valeur d'une donnée est nulle ou négligeable, veuillez assigner le code « **n** » à la case correspondante. Si une catégorie est sans objet et qu'en conséquence la valeur de la donnée serait zéro, s'il vous plaît, veuillez ne pas utiliser le code « **n** » mais utiliser en lieu et place le code « **a** » de la catégorie sans objet .Dans tous les cas, il ne faut pas utiliser la valeur 0 (zéro) pour indiquer qu'une valeur est nulle.

iii) Données incluses dans une autre catégorie = **x**

Si une donnée ne peut être décomposée pour être intégrée dans certaines cellules du tableau, veuillez utiliser le code « **x** » dans ces cellules où les données sont indisponibles. **Veuillez spécifier dans les métadonnées** les items où la donnée est incluse.

iv) Données manquantes/non disponibles = **m**

Parfois, certaines données ne sont en général pas disponibles pour certaines catégories de classification et ne sont incluses dans aucune autre cellule du tableau (même si ces données pourraient, en principe, être collectées). Dans de tels cas, veuillez assigner le code « **m** » à toutes les cellules qui se réfèrent aux catégories correspondantes.

2.) Note sur les données provisoires ou estimées = *

Veuillez marquer les données estimées ou provisoires avec l'astérisque (*).

3.) Note sur les données partielles= p

Veuillez marquer les données partielles avec le symbole (p).

1. INTRODUCTION

Conformément à la constitution et aux principes présentés dans la Déclaration de Windhoek (1991), qui a été ensuite endossée par l'UNESCO, et suite aux déclarations régionales consacrées à la promotion du développement des médias, l'UNESCO a pour mission de faire le suivi des caractéristiques-clés de l'environnement des médias de masse, qui influent sur la libre circulation des idées au moyen de la parole, de l'image et du texte.

Ce suivi est aussi appuyé par la Déclaration du Millénaire (2000) et les deux Sommets mondiaux sur la société de l'information (Suisse, 2003, et Tunisie, 2005) qui ont permis d'établir des cadres politiques dans de nombreux domaines des médias, à savoir : le libre accès à l'information et à la connaissance *via* les médias de communication de masse ; la citoyenneté participative avec les médias communautaires ; la diversité culturelle, le multilinguisme et enfin les dimensions éthiques de la société de l'information.

Les résultats de l'enquête 2012 de l'Institut de Statistique de l'UNESCO (ISU) sur les statistiques des médias seront d'une contribution significative au suivi par l'UNESCO. Ces résultats apporteront des informations aux politiques mondiales de soutien des médias. Cette enquête contribuera également à identifier les besoins en matière de renforcement des capacités, en permettant aux acteurs de la promotion des médias d'évaluer l'état des médias dans un contexte régional ou national donné, tout en constituant un instrument utile pour les guider dans leurs efforts d'aide au développement des médias.

Ce Manuel d'instructions a été conçu pour aider les fournisseurs de données dans les États membres à remplir les questionnaires qui constituent l'Enquête 2012 sur les statistiques des médias : elle vise à recueillir des données dans des domaines-clés de l'industrie des médias (radio, télévision, journaux et le cadre juridique dans lequel opèrent ces organismes de médias) :

- Questionnaire sur les statistiques des médias audiovisuels
- Questionnaire sur les statistiques de la presse écrite
- Questionnaire sur les cadres légaux et réglementaires des médias

Si vous rencontrez des difficultés pour remplir votre questionnaire, veuillez contacter Monsieur Georges Boadé par email à g.boade@uis.unesco.org, ou par téléphone au numéro : (1 514) 343-7845.

Les pays qui remplissent les questionnaires au format papier peuvent les envoyer à l'adresse postale :

UNESCO Institute for Statistics
P.O. Box 6128, Succursale Centre-Ville
Montreal, Quebec H3C 3J7
CANADA

2. COUVERTURE DES QUESTIONNAIRES

Les questionnaires de l'Enquête 2012 sur les statistiques des médias se fondent sur le *Cadre 2008 des Indicateurs du développement des médias* (MDI) de l'UNESCO, approuvé par le Conseil du Programme intergouvernemental de l'UNESCO pour le développement de la communication (PIDC).

Les pays doivent faire tout leur possible pour couvrir les organismes publics (d'État), de radio, de télévision et de presse écrite, en plus de ceux du secteur privé et des communautés locales. Même si certains organismes de médias nationaux, régionaux ou locaux relèvent d'une autorité autre que les ministères de l'information, de la communication ou de la culture, l'autorité en charge de la communication nationale et du Conseil de l'audiovisuel, ou le bureau national de statistiques, vous êtes invités à fournir des données consolidées pour tous les médias de votre pays, afin d'obtenir une meilleure comparabilité.

Les développements récents dans l'industrie des médias, tels qu'Internet et les technologies mobiles, modifient la façon dont les gens accèdent aux informations et aux divertissements. Les médias régionaux et locaux, *via* les organisations communautaires, ont contribué à augmenter le niveau d'information de certains groupes cibles spécifiques. Les questionnaires visent à recenser ces organismes de médias, leur type de couverture, de propriétaire et leur mode de diffusion. Ce manuel d'instructions présente les définitions de toutes les variables et en fournit des illustrations.

3. CONSIGNES POUR REMPLIR LES QUESTIONNAIRES

Les répondants sont invités à lire attentivement les instructions, les définitions et les illustrations qui suivent, afin de compléter avec précision les questionnaires ISU sur les statistiques des médias. Ce manuel d'instructions contient toutes les définitions des variables utilisées dans le questionnaire, ainsi que des explications sur le type de données demandées dans chaque tableau. À la fin du guide se trouve une liste des sources d'informations, qui comporte à la fois des ouvrages et des sites web, et qui pourraient éventuellement vous aider à trouver les informations concernant votre pays.

Lorsqu'une information est demandée à plusieurs endroits, vous devez vous assurer que les données fournies sont cohérentes d'un endroit à l'autre. Dans les cas où il existe une divergence que vous ne pouvez éviter, veuillez expliquer ceci de façon claire, dans la zone « Métadonnées » située à la fin de chaque section.

Veuillez ne laissez aucune case vide dans le questionnaire. Le codage correct des données manquantes est essentiel pour garantir l'intégrité des données. Les différentes raisons pour lesquelles il n'existe pas de données dans un cas particulier, doivent pouvoir être distinguées dans les analyses statistiques et les rapports.

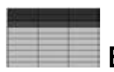
L'ISU encourage tous les pays à faire leur propre estimation des données manquantes ou incomplètes. Pour signaler qu'une case contient des données totalement ou partiellement estimées, placez un astérisque (*) devant le nombre, comme ceci : * 68794. Ne laissez pas d'espace entre le symbole astérisque et les chiffres. Si, malgré vos efforts d'estimations, certaines données ne sont pas disponibles ou sont incomplètes, veuillez donner une explication dans une lettre d'accompagnement ou une note dans la zone « Métadonnées » située à la fin de chaque section.

Dans la rubrique « Métadonnées », veuillez indiquer les explications spécifiques et des précisions destinées au questionnaire en général. Par ailleurs, veuillez citer tous les documents que vous avez utilisés comme références (guides, publications ou sites web) et qui peuvent aider à comprendre les données de votre pays.

Pour connaître les définitions et explications sur les données à saisir dans les questionnaires, veuillez vous reporter au **Glossaire** situé à la fin de ce guide.
Notez bien que cette Enquête 2012 sur les statistiques des médias concerne les données de l'année calendaire **2011**.
Si les données de 2011 ne sont pas disponibles, veuillez saisir les données de l'année la plus récente disponible, et indiquer dans tous les cas quelle est cette année dans les questionnaires.

4. INSTRUCTIONS POUR REMPLIR LES QUESTIONNAIRES

4.1 QUESTIONNAIRE SUR L'AUDIOVISUEL: Organismes et chaînes de diffusion audiovisuelle



B1. Organismes de diffusion radio et télévision établis dans votre pays, par type de propriétaire

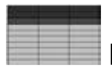
Ce tableau recueille les données sur le nombre d'organismes de diffusion radio et télévision légalement autorisés dans votre pays, par type de propriétaire et le genre de média (radio ou télévision) opéré. Les nombres inscrits devraient englober tous les organismes de diffusion au niveau national, régional et local. Dans certains pays, un organisme de radio et télédiffusion donné peut aussi en posséder d'autres basés dans le pays. Pour cette enquête, veuillez compter tout organisme de radio et télédiffusion, peu importe s'il est la propriété d'un autre basé dans votre pays.

Note: Si, dans votre pays, il n'est pas requis d'autorisation légale pour diffuser, pour les besoins de ce questionnaire veuillez considérer tous les organismes de diffusion (qu'ils soient nationaux ou étrangers) qui sont propriétaires de chaine de radio ou de télévision dont le contenu est conçu pour cibler une audience spécifique de votre pays. La notion de « contenu conçu » peut faire référence aux programmes traduits (doublés ou sous-titrés) dans une langue locale en vue d'atteindre la population du pays.

Pour la notion de « chaîne » (laquelle dans certains pays est connue sous le terme « réseau » ou « station »), veuillez vous référer au glossaire.

Veuillez classer chaque organisme de diffusion par type de média, s'il s'agit de : diffusion radio seulement (c'est à dire fournir une ou plusieurs chaînes radio ou audio en continu), diffusion télé seulement (c'est à dire fournir une ou plusieurs chaînes de télévision ou vidéo en continu), ou les deux à la fois (c'est à dire fournir une ou plusieurs chaînes radio et télévision). Le propriétaire de chaque organisme de radiodiffusion devrait être classé comme étant soit public, privé ou communautaire (incluant les associations communautaires, les institutions éducatives, les institutions religieuses, etc.).

Dans la dernière ligne de ce tableau, veuillez fournir, parmi ces organismes de diffusion radio et télévision classés par genre de média, le nombre de ceux qui détiennent un titre de journal quotidien ou non-quotidien.

 *Veuillez vous référer au glossaire en ce qui concerne la définition de* ***chaînes et organismes de diffusion radio et télévision établis dans votre pays.***

B2. Chaîne de diffusion radio et télévision par propriétaire et par pénétration technique.

Ce tableau collecte des données sur le nombre total de chaînes de diffusion radio et de télévision par pénétration technique et réparties selon le type de propriétaire. Le type de propriétaire d'une chaîne de radio ou de télévision devrait correspondre à celui des organismes de diffusion du Tableau **B1** *(c.-à-d. Public, Privé ou Communautaire).*

Pour cette enquête, la pénétration technique est catégorisée en trois classes : au dessus de 75 % des ménages dans le pays, entre 25 % et 75 % des ménages dans le pays, et en dessous de 25 % des ménages dans le pays.

***Note**. Veuillez noter que toutes les chaînes de diffusion à couverture locale ou nationale basées dans votre pays devraient être comptabilisées ici, à l'exception de celles qui diffusent uniquement sur internet.*

 Veuillez vous référer au glossaire pour les définitions de **chaînes** (radio ou télé) et **pénétration technique**.



B3. Signal de transmission des chaînes de diffusion radio et télévision

Ce tableau recueille les données sur le nombre de chaînes de radio et de télévision, par type de signal de transmission utilisé. Le type de signal de transmission utilisé pour diffuser peut être analogique, numérique ou bien à la fois analogique et numérique. Le nombre total de chaînes de radio et de télévision devrait correspondre à celui du tableau **B2**.



*Veuillez vous référer au glossaire pour les définitions de **signal analogique** et **signal numérique**, en plus de la définition de **chaînes**.*



B4. Plateformes techniques de transmission des chaînes de radio et télévision diffusées

Ce tableau collecte les informations sur le type de plateforme utilisée par les chaînes (listées au tableau **B2**) pour diffuser. Il fait référence aux moyens utilisés par les chaînes de diffusion pour rendre leurs signaux disponibles à la population**.**

Chaque chaîne devrait être comptabilisée <u>uniquement dans une</u> des catégories de plateforme de transmission suivantes :

- **Uniquement terrestre :** la transmission est <u>uniquement</u> disponible par plateforme terrestre
- **Uniquement par câble :** la transmission est <u>uniquement</u> disponible par câble
- **Uniquement par satellite :** la transmission est <u>uniquement</u> disponible par satellite
- **Combinée :** toute combinaison des plateformes de transmissions mentionnées ci-dessus

*Veuillez vous référer au glossaire pour les définitions de **communauté, chaîne,** et **plateforme technique de transmission.***



B5. Plateformes techniques de transmission des <u>chaînes uniquement numériques</u> de radio et télévision diffusées

Ce tableau collecte les informations sur le type de plateforme utilisée par les chaînes uniquement numériques (listées au tableau **B3**).

Chaque chaîne devrait être comptabilisée <u>uniquement dans une</u> des catégories de plateforme de transmission suivantes :

- **Uniquement terrestre :** la transmission est <u>uniquement</u> disponible par plateforme terrestre
- **Uniquement par câble :** la transmission est <u>uniquement</u> disponible par câble
- **Uniquement par satellite :** la transmission est <u>uniquement</u> disponible par satellite
- **Combinée :** toute combinaison des plateformes de transmissions mentionnées ci-dessus

B6. Chaînes de radio et de télévision communautaires par type d'organisation communautaire

Ce tableau rassemble les informations sur le nombre de chaînes de radio et de télévision communautaires fournies au tableau **B2** par type d'organisations autorisées à diffuser ces chaînes. Ces organisations peuvent être des:

- **associations communautaires**,
- **institutions éducatives,**
- **institutions religieuses** ou
- **tout autre organisme** dans votre pays selon le cas.



*Veuillez vous référer au glossaire pour les définitions de **communauté, chaîne, association communautaire, institution éducative et institution religieuse.***



B7. Viabilité des chaînes de radio et de télévision

Ce tableau rassemble des informations sur le nombre de **chaînes** de radio et de télévision nouvellement créées (autorisées et opérant) ou fermées pendant l'année écoulée. Par exemple, si les chaînes nommées A et B ont fusionné pour devenir la chaîne C, compter alors la chaîne C comme nouvellement créée et compter les chaînes A et B comme **« Fermées suite à une fusion »**. Si la chaîne A est simplement absorbée par la chaîne B, compter la chaîne A comme **« Fermée suite à une fusion »** alors que la chaîne B ne devra pas elle, être comptée dans ce tableau, que ce soit en tant que nouvellement créée, fermée ou fusionnée. Veuillez noter que des chaînes nouvellement créées et fusionnées auront été incluses dans le tableau 1.3, contrairement aux chaînes fermées qui ne sont comptabilisées que dans ce tableau.
Les types de propriété pour les chaînes de radio et de télévision nouvellement créées, fusionnées, ou fermées sont les mêmes que ceux du tableau 1.3.



B8. Profil des 4 chaînes prédominantes de diffusion radio et télévision par caractéristiques clés

Ce tableau recueille les détails suivants sur les quatre chaînes prédominantes de diffusion radio et télévision de votre pays par caractéristiques clés, qu'elles soient à couverture locale, régionale ou nationale.

Note: Pour classer les 4 chaînes prédominantes, veuillez utiliser la part d'audience comme critère principal.
En l'absence de données relatives aux parts d'audience, veuillez utiliser la pénétration technique pour classer les 4 chaînes radio et télévision.
Si les données sur les parts d'audience et la pénétration technique ne sont pas disponibles, veuillez utiliser un autre critère de votre choix pour le classement, puis donner des explications sur ce dernier dans les métadonnées.

Veuillez exclure pour les besoins de cette enquête, des chaînes radio ou télévision qui transmettent **UNIQUEMENT** par l'internet. Excluez aussi les chaînes étrangères qui sont transmises directement par satellite dans votre pays, mais dont le contenu n'est pas **SPÉCIFIQUEMENT ÉDITÉ POUR UNE AUDIENCE DE VOTRE PAYS**.

Estimation de la Part d'Audience : En l'absence de la part d'audience (et AVANT de classer les chaînes par leur pénétration technique), veuillez vérifier si les données sur la côte ou la portée des chaînes de radio et télévision sont disponibles pour une période de référence donnée (moyenne journalière ou hebdomadaire) et incluez une note dans la zone des métadonnées.

Pénétration technique : Dans certains pays, la licence est attribuée avec une couverture géographique précise. S'il vous plaît, veuillez noter que cette donnée doit être fournie en **POURCENTAGE du NOMBRE TOTAL des MÉNAGES** de votre pays, **ET NON** en termes du NOMBRE TOTAL de MÉNAGES se trouvant dans l'espace géographique couvert par la licence.

Type de propriétaire : Le type de propriétaire d'une chaîne peut être public, privé (a but lucratif) ou communautaire.

Type d'accès : l'accès pour écouter une chaîne radio ou voir une chaîne de télévision peut être gratuit ou payant. Veuillez spécifier si les chaînes classées sont gratuites ou payantes.

Plateforme de transmission technique: La plateforme utilisée par une chaîne radio ou une chaîne de télévision pour diffuser peut être terrestre (inclus micro-ondes), par satellite, par câble (inclus la fibre et le DSL) ou toutes combinaisons de ces trois cas. Veuillez spécifier la plateforme utilisée par la chaîne dans le classement. Choisissez **combinée** si la chaîne utilise simultanément plus d'une plateforme, et **Non spécifiée** seulement si vous ne connaissez pas sa (ses) plateforme(s).

Type du signal de transmission : Le signal de transmission par une chaîne radio ou une chaîne de télévision peut être analogique, numérique, ou bien à la fois analogique et numérique. En ce qui concerne la chaîne classée, veuillez spécifier si la transmission du signal est uniquement analogique, digitale ou bien les deux.

Des contenus spécifiquement produits pour téléphones portables : certaines chaînes de télévision adaptent une partie de leurs programmes, voir la totalité de ceux-ci pour une réception sur des téléphones portables. Veuillez spécifier si chacune des chaînes de télévision classée fournit cette option. Cette information ne vous est pas demandée pour les chaînes radio (étant donné que les téléphones mobiles peuvent être équipés par défaut d'un récepteur radio, ce qui ne signifie pour autant que la chaîne radio captée cible spécifiquement la clientèle disposant un téléphone portable). Par conséquent n'inscrivez rien dans les cellules correspondantes du tableau.

Diffusion simultanée en ligne (Simulcast): Certaines chaînes de radio ou de télévision diffusent leurs contenus simultanément en ligne. Veuillez répondre par Oui ou Non, si la chaîne radio ou la chaîne télé dans le classement possède cette caractéristique. Veuillez noter que les **chaînes qui diffusent exclusivement en ligne** sont exclues de cette enquête et donc ne peuvent être classées.

Certains contenus en ligne : Certaines chaînes de radio ou certaines chaînes de télévision rendent disponibles certains contenus de leurs programmes sur leur site web, ce qui autorise leurs utilisateurs à voir ou écouter des programmes, à un moment choisi (à la demande). Veuillez répondre par Oui ou Non si les chaînes dans le classement fournissent de tels services à leurs utilisateurs ou clients.

Pourcentage du contenu diffusé d'origine locale : Référez-vous au glossaire pour la définition de **production locale**.

Orientation principale du contenu du programme : Référez-vous au glossaire pour la définition de programme généraliste ou de programme thématique. Veuillez choisir l'orientation de programme appropriée (généraliste ou thématique) des chaînes dans le classement.

Orientation des programmes des chaînes thématiques: Veuillez remplir uniquement la cellule correspondante si la chaîne dans le classement est thématique. Autrement, veuillez mettre « **a** » pour **Non applicable**. Référez-vous au glossaire pour les définitions. Si la population ciblée n'est pas l'un des groupes cités, veuillez choisir l'option « autres groupes ».

Code d'identification de l'organisme de diffusion : Si le nom de l'organisme de diffusion ne peut être fourni, veuillez utiliser les lettres alphabétiques A, B, C ...H pour le nommer tel que :
Radio : Utiliser la lettre « A » pour le nom de l'organisme de diffusion qui détient la première chaîne radio dans le classement, les lettres B, C et D si les organismes qui détiennent respectivement la deuxième, troisième et quatrième chaîne radio dans le classement sont différents.
Télévision : Si l'organisme de diffusion qui possède la première chaîne de télévision n'est pas le propriétaire de l'une des chaînes radio classées, alors utilisez la lettre « E » pour le désigner. Si un organisme de diffusion est propriétaire de l'une des quatre chaînes radio classées, veuillez utiliser le même code d'identification que pour la radio (A, B, C ou D). Pour les chaînes de télévision restantes qui sont la propriété d'organismes de diffusion ne possédant aucune des

chaînes radio classées, utiliser les lettres F, G et H comme codes des organismes qui détiennent respectivement la deuxième, troisième et quatrième chaîne de télévision dans le classement.

Note. Si plus d'une chaîne radio ou d'une chaîne de télévision est détenue par le même organisme de diffusion, veuillez utiliser la même lettre comme code identifiant. Par exemple, si dans le pays X, la première et quatrième chaîne radio du classement, lesquelles partagent respectivement une part d'audience de 35 % et 22 %, et la troisième chaîne de télévision du classement pour laquelle la part d'audience est de 18 % sont détenues par le même organisme de diffusion radio et télé, la lettre « A » sera placée dans la cellule appropriée des trois colonnes : la colonne représentant la première et quatrième chaîne radio classées et la colonne représentant la troisième chaîne de télévision. Dans ce cas, les lettres D et G n'ont pas été utilisées mais remplacées par le même code d'identification « A ».

B9. Caractéristiques des organismes de diffusion audiovisuelle auxquels appartient au moins une des 4 chaînes prédominantes de radio ou de télé diffusion

Origine du propriétaire : Le propriétaire d'un organisme de diffusion peut être un ressortissant du pays (national) ou un opérateur étranger ayant le control des parts.

Part de marché : Veuillez noter qu'il s'agit de la part de marché pour l'organisme de diffusion, et non de la chaîne de radio ou de télévision

Part d'audience totale de l'organisme de diffusion: Veuillez noter que cette information est apparentée à l'organisme de diffusion et que, pour ceux qui sont propriétaires de plusieurs chaînes, veuillez considérer la part d'audience des chaînes de radio et celle des chaînes de télévision séparément.

Nombre total de chaînes de radio/télévision fournies : Veuillez indiquer le nombre total dans votre pays, de chaînes de radio/télévision, y compris celle(s) dans le classement, qui sont la propriété de l'organisme de diffusion auquel appartient la chaîne classée.

Nombre total de titres de presse écrite quotidienne : Veuillez fournir le nombre, dans votre pays, de **TITRES DE PRESSE QUOTIDIENNE UNIQUEMENT**, qui est (sont) la propriété de l'organisme de diffusion radio ou télé auquel appartient la chaîne de radio ou la chaîne de télévision classée.

Exemple1 : Le paysage médiatique dans un pays hypothétique est décrit ci-dessous :

Un organisme de diffusion de ce pays possède 3 chaînes de radio nommées chaîne 1, chaîne 2 et chaîne 3 ainsi que 2 chaînes de télévision nommées TV1 et TV2; en plus d'un titre de presse non-quotidienne. Les chaînes de radio 3 et 1 sont classées 2e et 4e chaînes prédominantes du pays. Pour cette raison cet organisme de diffusion est codé "B" (car l'une de ses chaînes radio est classée 2e parmi les 4 prédominantes). Dans les cellules appropriées du tableau correspondant aux deuxième et quatrième chaînes radio prédominantes, inscrivez le chiffre 3 pour le nombre Total de chaînes de radio possédées par cet organisme de diffusion dans votre pays, et 2 pour le nombre Total de chaînes de télévision possédées par cet organisme de diffusion dans votre pays.

Un autre organisme de diffusion, codé "A" possède 2 chaînes de radio nommées A1 et A2, et 3 chaînes de télévision ATV1, ATV2 et ATV3, en plus d'un titre de presse quotidienne et 4 non-quotidiens. La chaîne radio A1 est classée première dans le pays et ATV2 est la quatrième chaîne de télévision dans le pays. Dans la cellule appropriée correspondant à la première chaîne radio, inscrivez le chiffre 2 pour le nombre total de chaînes radio possédées par l'organisme, et dans la cellule correspondant à la quatrième chaîne de télévision du pays inscrivez encore le chiffre 2. Inscrivez deux fois aussi le chiffre 3 pour le nombre total de chaînes de télévision comme suit: sous la première chaîne radio et sous la quatrième chaîne de télévision. S'agissant du nombre de titres de la presse à considérer dans cette table, seul son unique titre de presse quotidienne est comptabilisé. Inscrivez alors 1 dans la cellule appropriée sous la première chaîne radio et la quatrième chaîne de télévision.

La troisième chaîne radio est possédée par un autre organisme de diffusion codé "C", qui a en plus 1 titre de presse quotidienne dans un pays étranger. La première, deuxième et troisième chaîne de télévision du pays sont possédées

par des organismes différents codés respectivement “E”, “F”, and “G”; et chacun de ces organismes ne dispose pas de chaînes de radio ou de télévision additionnelles, ni même un titre de presse quotidienne ou non.

Sur la base des informations ci-dessus relatives au paysage médiatique de ce pays, les lignes impliquées du tableau 2 seront remplies comme suit:

Caractéristiques clés	Radio				Television			
	1ère channel	2ème channel	3ème channel	4ème channel	1ère channel	2ème channel	3ème channel	4tème channel
Code d'identification de l'organisme de diffusion radio ou TV qui est propriétaire de la chaîne - (A, B, C, D, E, F, G, H))	A	B	C	B	E	F	G	A
Nombre total de chaînes radio fournies dans votre pays par l'organisme propriétaire (y compris celle(s) classée(s))	2	3	1	3	n	n	n	2
Nombre total de chaînes télé fournies dans votre pays par l'organisme propriétaire (y compris celle(s) classée(s))	3	2	n	2	1	1	1	3
Nombre total de titre(s) de presse quotidienne dans votre pays appartenant à l'organisme propriétaire	1	n	n	n	n	n	n	1

B10. Pourcentage des revenues par sources, des organismes de diffusion audiovisuelle auxquels appartient au moins une des quatre chaînes prédominantes de radio ou de télé diffusion

Pourcentage des sources de revenus : Veuillez fournir la part des revenus totaux (en %) de la chaîne dans le classement en provenance des sources suivantes :

- dons publics ou subventions: ceci implique que le Gouvernement collecte et transfert de l'argent public directement à une organisation (à des fins spécifiques ou non). Ils peuvent également être indirects dans le cas par exemple, des prêts avantageux de l'Etat ou des garanties.
- redevance: une redevance que tous les citoyens doivent payer dans certains pays pour la réception de la télévision (et parfois aussi de la radio). C'est une forme de taxe pour financer la radio et télédiffusion publiques, permettant ainsi aux diffuseurs publics de radio et télé, de diffuser des programmes sans un complément de financement provenant de la publicité à travers la radio et la télévision.

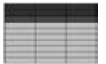
- la publicité: de nombreuses chaînes de télévision vendent des périodes de temps d'antenne aux annonceurs afin de financer leurs programmes. Dans le modèle fondé sur la publicité, le contenu est généralement disponible gratuitement en échange des annonces placées dans le contenu (spots, parrainage, etc)

- abonnement: certaines chaînes de télévision et de radio satellitaires sont en partie financées par les abonnements. Par conséquent, les signaux sont cryptés pendant la diffusion afin de s'assurer que seuls les abonnés ayant payé ont accès aux codes de décryptage. L'abonnement peut être annuel, mensuel ou hebdomadaire et, dans le cadre de ce questionnaire, il comprend le coût à l'usage où les utilisateurs ne paient que pour les contenus auxquels ils ont souscrit.

- des dons ou des subventions privées: certaines chaînes de télévision et de radio sont financées par des dons de particuliers ou d'organisations autres que le gouvernement.

- Autre source : veuillez choisir cette option pour toute source autre que celles précédemment citées.

Note: *Veuillez noter que, pour chaque organisme dont l'une des chaînes est classée, la somme des pourcentages de toutes les sources est égale à 100.*

 *Veuillez-vous référer au glossaire pour la définition de* ***part d'audience, portée, part de marché, pénétration technique, journal quotidien, journal non quotidien, signal analogique, signal numérique, plateforme technique de transmission (terrestre, par câble, par satellite (en ligne), baladodiffusion, à la demande, production nationale.***

B11. Sources

Dans bon nombre de pays, les institutions publiques ou gouvernementales collectent régulièrement les données sur le développement de l'industrie de l'audiovisuel. Ces entités produisent des rapports sur l'expansion des réseaux des médias audiovisuels, l'état du marché, des études sur l'audience, la portée/ côte, etc. Y-a-t-il une telle institution dans votre pays qui assure un suivi régulier de cette industrie?

Veuillez donner la périodicité de la collecte des données en spécifiant la fréquence avec laquelle les données sont collectées (chaque année, tous les deux ans, etc.).

4.2 QUESTIONNAIRE SUR LA PRESSE ÉCRITE - Journaux imprimés et électroniques

Cette section traite des journaux publiés dans votre pays *(voir **Encadré 2**)*.

Encadré 2. Définitions et instructions pour la collecte des données sur les journaux

Aux fins de cette enquête, un journal se réfère à une publication périodique destinée à un public large et principalement conçue pour être une source principale d'informations écrites sur des évènements courants en relation avec des questions sociales et politiques, nationales et/ou internationales. Il peut aussi contenir des articles spécifiques, des illustrations (par exemple des bandes dessinées) et des annonces.

Cette définition comprend :

a) **Journaux quotidiens**, c'est à dire des journaux publiés au moins quatre fois par semaine qui relatent des évènements qui ont eu lieu depuis la dernière édition.

b) **Journaux non quotidiens,** c'est à dire des journaux publiés au moins une fois (mais pas plus de trois fois) par semaine, et qui relatent des évènements qui ont eu lieu depuis la dernière édition et constituent pour leurs lecteurs une source d'informations générales.

Les statistiques de journaux **ne devraient pas** inclure les parutions publiées principalement et uniquement à des fins publicitaires, c'est à dire :

- Catalogues de vente, prospectus et autres genres de publicités commerciales, industrielles et touristiques ; ou
- Publications susceptibles d'attirer l'attention vers des produits ou des services offerts par l'éditeur, même si ceux-ci décrivent des animations ou des progrès techniques dans certaines branches de l'industrie ou du commerce.

Les statistiques relatives aux journaux **ne devraient pas** inclure les périodiques, qui sont des publications périodiques qui se rapportent à des études ou des informations factuelles sur des sujets spécialisés tels que la législation, la finance, le commerce, la médecine, la mode, le sport, etc.

Veuillez considérer les catégories suivantes en tant que titres de presse écrite séparés :

- Éditions locales et provinciales qui différent substantiellement des principales publications de par le contenu des informations, des reportages et des éditoriaux ;
- Suppléments vendus séparément ;
- Éditions spéciales, telles que le supplément du journal du dimanche ;
- Éditions du matin et du soir, à conditions qu'elles aient des titres différents ou bien constituent des entités légales séparées ; et
- Éditions en différentes langues de la même publication, si elle est publiée dans un pays particulier.

Les catégories suivantes **ne devraient pas** être considérées comme titres de journaux :

- Éditions locales ou provinciales d'un même journal sans différences substantielles de par le contenu des informations, des reportages et des éditoriaux. Une simple différence dans le titre ou les informations brèves locales n'est pas suffisante pour que la publication soit considérée en tant que journal séparé ; et
- Supplément non vendu séparément.

Les journaux qui sont UNIQUEMENT publiés en ligne sur l'internet **ne devraient pas** être comptabilisés.



N1. Journaux quotidiens et non quotidiens

Ce tableau recense le nombre de titres de journaux quotidiens et non quotidiens par type de formats dans lesquels ils sont publiés, que ce soit imprimé seulement ou imprimé et en ligne, ainsi que leur distribution moyenne par édition (***voir Encadré 3 pour un exemple de calcul)***.

Note : Un journal peut être soit payant, soit gratuit, soit les deux. La distribution moyenne par édition devrait être fournie seulement pour les journaux en version imprimée. Ici donc, pour ceux qui sont à la fois imprimés et en ligne, seulement la distribution moyenne par édition de la version imprimée est à fournir. **La distribution se réfère au nombre de copies distribués, et non simplement imprimées.**

Veuillez fournir :

- le nombre de titres de journaux quotidiens qui sont imprimés seulement, et spécifiez combien parmi eux sont uniquement payants, uniquement gratuits, ou bien à la fois gratuits et payants ; aussi bien que la Somme totale de leurs distributions moyennes par édition. De même, veuillez noter que la Somme totale des distributions moyennes par édition rapportée pour « imprimés uniquement » est la somme des trois chiffres rapportés pour les sous-catégories payants, gratuits et les deux à la fois.

- le nombre de titres de journaux quotidiens qui sont à la fois imprimés et en ligne, et spécifiez combien parmi eux sont uniquement payants, uniquement gratuits ou à la fois gratuits et payants ; aussi bien que la Somme totale de leurs distributions moyennes par édition. De même, veuillez noter que la somme totale des distributions moyennes par édition rapportée pour « À la fois imprimé et en ligne » est la somme des trois chiffres rapportés pour les sous-catégories payants, gratuits et les deux à la fois.

- le nombre de titres de journaux non quotidiens qui sont imprimés uniquement, et spécifiez combien parmi eux sont uniquement payants, uniquement gratuits ou à la fois gratuits et payants ; aussi bien que la Somme totale de leurs distributions moyennes par édition. De même, veuillez noter que la somme totale des distributions moyennes par édition rapportée pour « imprimés uniquement » est la somme des trois chiffres rapportés pour les sous-catégories payants, gratuits et les deux à la fois.

- le nombre de titres de journaux non quotidiens qui sont à la fois imprimés et en ligne, et spécifiez combien parmi eux sont uniquement payants, uniquement gratuits ou à la fois gratuits et payants ; aussi bien que la Somme totale de leurs distributions moyennes par édition. De même, veuillez noter que la somme totale des distributions moyennes par édition rapportée pour « À la fois imprimé et en ligne » est la somme des trois chiffres rapportés pour les sous-catégories payants, gratuits et les deux à la fois.

La Somme totale des distributions moyennes par édition est la somme des distributions moyennes par édition pour tous les journaux rapportés dans une catégorie donnée. Veuillez lire l'**encadré 3** pour une assistance sur la façon de calculer la distribution moyenne par édition des journaux quotidiens et non quotidiens.

Encadré 3. Distribution moyenne par édition des journaux quotidiens et non quotidiens

Quotidiens : La distribution moyenne par édition pour les journaux quotidiens devrait être calculée comme suit : Si un journal quotidien paraît cinq fois par semaine et a une distribution annuelle de 50 millions, sa distribution moyenne par édition est : 50.000.000 ÷ 260 (52 semaines × 5 fois par semaine) = 192.308

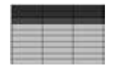
À titre d'exemple : Un pays X dispose de 3 quotidiens : deux imprimés seulement (un est uniquement payant et l'autre est uniquement gratuit avec une distribution moyenne respective de 150.000 et 125.000), et un qui est à la fois imprimé et en ligne (sa version imprimée a une distribution moyenne de 25.000). La somme totale des distributions moyennes par édition pour les quotidiens de ce pays se décompose donc ainsi : 150.000 +125.000 + 25.000 = 300.000.

Non quotidiens : La distribution moyenne par édition pour les journaux non quotidiens devrait être calculé comme suit : Si un journal non quotidien paraît deux fois par semaine et a une distribution annuelle de 2.600.000, la distribution moyenne par édition est : 2.600.000 ÷ 104 (52 semaines × 2 fois par semaine) = 25.000

À titre d'exemple : En sus des quotidiens, le pays X dispose de cinq journaux non quotidiens : deux gratuits uniquement qui sont à la fois imprimés et en ligne et dont leurs versions imprimées ont une distribution moyenne respective de 45.000 et 60.000. Les trois versions imprimées sont payantes uniquement et ont une distribution moyenne par édition de 75.000, 30.000 et 15.000. Ici donc, la somme totale des distributions moyennes par édition pour les non quotidiens de ce pays est 45.000 + 60.000 + 75.000 + 30.000 + 15.000 = 225.000.

Les données rapportées **devraient être vérifiables à partir des sources nationales et régionales qui suivent régulièrement** la distribution de la presse écrite dans chaque pays.


Veuillez vous référer au glossaire pour les définitions ***de distribution moyenne par édition, journal quotidien, journal non quotidien, et formats de publication.***



N2. Journaux quotidiens et non quotidiens, par type de propriétaire et par couverture géographique.

Ce tableau recense le nombre de titres de journaux quotidiens et non quotidiens, par type de propriétaire et leur couverture géographique. La propriété d'un titre de journal est classée comme **publique, privée** ou **communautaire** (incluant les associations communautaires, les institutions éducatives, les institutions religieuses, etc.). Si la propriété n'est pas connue, veuillez la considérer comme étant **Non spécifiée**.

La couverture géographique d'un titre de journal se réfère aux aires géographiques principalement couvertes par ledit journal quotidien ou non quotidien, et est classée comme suit :

Un **journal national** a pour audience la population générale du pays et est distribué de manière à couvrir le pays dans sa totalité.

Un **journal régional** vise comme audience la population d'un état, d'une région spécifique, d'une province, d'un district ou d'un territoire du pays, et est généralement publié dans un centre administratif. Si un journal couvre la majorité du pays, veuillez le classer comme étant « national ».

S'il n'existe pas d'information concernant la couverture d'un journal, veuillez le comptabiliser comme étant dans la catégorie «**non spécifiée».**

Lorsque les types de propriétaires et les couvertures géographiques de chaque journal quotidien ou non quotidien ont été établis, veuillez écrire les totaux dans les cases correspondantes.

Ne pas inclure dans ce tableau les titres de journaux qui sont uniquement disponibles en ligne ; seulement les journaux qui sont imprimés ou à la fois imprimés et en ligne doivent être rapportés.


Veuillez vous référer au glossaire pour les définitions de ***format de publication, journaux quotidiens,*** *et* ***journaux non quotidiens.***



N3. Journaux communautaires par source principale de financement

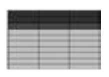
Dans ce tableau, veuillez décomposer le nombre des titres de journaux communautaires rapportés au tableau 1.2 ci-dessus, par **source principale de financement**.

Veuillez classer tous les journaux communautaires par **source principale de financement**, c.-à-d. soit gouvernementale, soit non gouvernementale.

Si un journal communautaire tire la majorité de son financement de sources non spécifiées, veuillez le comptabiliser dans la catégorie **Non spécifié**.

N'incluez pas dans ce tableau des titres de journaux communautaires qui sont disponibles uniquement en ligne.

 *Veuillez vous référer au glossaire pour les définitions de **journal communautaire.***



N4. Viabilité des titres de journaux imprimés

Ce tableau recense par type de propriétaire, le nombre de nouveaux journaux de votre pays qui ont été créés lors de l'année de référence, ou qui ont été soit fermés, soit qui ont fusionné cette année là. Veuillez préciser, parmi les titres nouvellement établis ou fermés, combien le sont suite à une fusion.

Veuillez noter que les journaux nouvellement créés et fusionnés auront été inclus dans le tableau 1.2, contrairement aux journaux fermés qui n'y ont pas été inclus.

Par exemple, si les titres nommés A et B ont fusionné pour devenir le titre C, alors veuillez compter le titre C comme étant nouvellement crée, et les titres A et B comme « **fermés suite à une fusion** ». Si le titre A est simplement absorbé par le titre B, veuillez compter le titre A comme « **fermé suite à une fusion** » alors que le titre B ne devrait pas être comptabilisé dans cette table ni comme nouvellement établi, fermé ou fusionné.

En indiquant le type de propriétaire, veuillez utiliser les catégories publique, privée et communautaire.

N5. Caractéristiques clés des 4 titres prédominants de journaux quotidiens imprimés, par la plus grande distribution moyenne par édition.

Dans ce tableau, veuillez fournir les détails suivants pour chaque titre de journal classé :

Distribution moyenne par édition : Veuillez consulter le glossaire pour la définition de la distribution moyenne. Veuillez fournir cette information pour la version imprimée du titre.

Lectorat : Veuillez consulter le glossaire pour la définition de lectorat. Les données demandées doivent être des valeurs absolues, et non en pourcentage.

Propriétaire : Veuillez donner le type de propriétaire de chaque journal classé comme étant soit public, privé ou communautaire.

Mode principal de distribution : Veuillez indiquer si le journal est payant uniquement, gratuit uniquement ou bien les deux à la fois.

Format de publication : Veuillez spécifier si le journal classé est disponible en version imprimée uniquement ou bien s'il est à la fois imprimé et en ligne.

Organisme de média propriétaire du titre de journal : Pour chaque journal classé, veuillez utiliser les lettres A pour désigner le propriétaire du premier journal, B pour le deuxième, C pour le troisième et D pour le quatrième. Dans le cas où un organisme médiatique est le propriétaire de plusieurs journaux dans le classement, veuillez utiliser la même lettre dans les cellules appropriées.

Origine du propriétaire: Un journal peut être la propriété d'une personne ou d'un organisme de média basé dans le pays, ou détenu par une personne ou un organisme de média étranger. Veuillez indiquer si le propriétaire du journal est un originaire du pays ou de l'étranger.

Principale source de revenu : Veuillez spécifier la source principale de revenu, en termes de proportion la plus élevée du total des revenus du journal classé.

*Veuillez consulter le glossaire pour la définition de **distribution moyenne par édition, lectorat.***

N6. Sources de revenus des organismes de média auxquels appartient l'un des 4 titres de journaux prédominants

Pourcentage des sources de revenus : Veuillez fournir la part des revenus totaux (en %) de l'organisme de média ayant la propriété d'un des titres dans le classement en provenance des sources suivantes :

- dons publics ou subventions: ceci implique que le Gouvernement collecte et transfert de l'argent public directement à une organisation (à des fins spécifiques ou non). Ils peuvent également être indirects dans le cas par exemple, des prêts avantageux de l'Etat ou des garanties.

- la publicité: de nombreux journaux vendent des pages aux annonceurs afin de financer leurs programmes. Dans le modèle fondé sur la publicité, le contenu est généralement disponible gratuitement en échange des annonces placées dans le contenu (spots, parrainage, etc)

- abonnement et vente: certains journaux sont financés par les ventes et les abonnements. L'abonnement peut être annuel, mensuel ou hebdomadaire.
- des dons ou des subventions privées: certaines journaux sont financés par des dons de particuliers ou d'organisations autres que le gouvernement.
- Autre source : veuillez choisir cette option pour toute source autre que celles précédemment citées.

Note: *Veuillez noter que, pour chaque organisme, la somme des pourcentages de toutes les sources est égale à 100.*



N7. Sources de données

Dans bon nombre de pays, les institutions publiques ou gouvernementales collectent régulièrement les données sur le développement de l'industrie de la presse. Ces entités produisent des rapports sur l'expansion des réseaux des journaux, l'état du marché, des études sur le lectorat, la distribution, etc. Y-a-t-il une telle institution dans votre pays qui assure un suivi régulier de cette industrie?

Veuillez donner la périodicité de la collecte des données en spécifiant la fréquence avec laquelle les données sont collectées (chaque année, tous les deux ans, etc.).

4.3 QUESTIONNAIRE SUR LE CADRE LEGAL ET RÈGLEMENTAIRE DES MEDIAS

Veuillez vous référer au glossaire pour les définitions des termes clés utilisés dans ce questionnaire.

LF3. Le but de ce tableau est d'établir la typologie des établissements qui assurent la délivrance des licences, des accords d'enregistrement ou toute autre autorisation pour opérer une chaîne de radio ou de télévision dans votre pays.

Pour chaque prérogative tel que cela est applicable pour un média spécifique dans votre pays, veuillez identifier en premier l'établissement par le code approprié (***A = Autorité de régulation ; B = Chef de l'exécutif (Président ou Premier Ministre) ; C = Ministère de tutelle ; D = Corps législatif; E = Cabinet exécutif, F= Autres***) et veuillez fournir aussi son nom complet dans la cellule juste en dessous.

LF4. Si dans votre pays, il existe une Autorité de régulation de l'audiovisuel, le but de cette question est d'identifier ses responsabilités parmi celles listées. Veuillez cocher seulement celles qui font partie de son mandat. Cocher « Non, le mandat relève d'une autre entité » si c'est une autre institution qui a ce mandat ; ou bien « Le mandat est partagé avec une autre entité » lorsque celui-ci est co exercé avec une autre entité, ou alors cocher « Non, ce mandat n'existe pas dans notre pays » si ce mandat n'est pas exercé dans votre pays. S'il n'existe pas d'Autorité de régulation de l'audiovisuel, veuillez ignorer cette question et faire une note dans les métadonnées.

Note : Une autre question similaire s'intéresse à l'autorité de régulation de la presse écrite dans la suite (voir LF12).

LF5. Cette question recherche des informations ayant trait à l'Autorité à laquelle un organisme public de diffusion doit rendre des comptes, par domaine (ligne éditoriale, nomination des membres et finance). S'il existe dans votre pays des diffuseurs publics aux niveaux fédéral et régional ayant régulés différemment, veuillez considérer le diffuseur public fédéral pour remplir cette question.

Veuillez cocher, pour chaque domaine, l'autorité à laquelle cet organisme public de diffusion doit rendre compte.

LF6. Ceci renvoi à toutes les règles légales dans un pays qui déterminent les quotas de diffusion des programmes internationalement et localement produits. Par exemple, les chaines peuvent être limitées à diffuser autour de 40 % de programmes importés et 60 % de programmes d'origine nationale.

Notes. Dans certains pays, les quotas n'excluent pas la publicité de façon spécifique. Si cela est le cas dans votre pays, veuillez accompagner ces données avec ce complément d'information à inscrire dans les métadonnées.

Dans l'Union Européenne**,** il y a une recommandation de 50% du contenu produit dans cet espace économique, et ce quota est appliqué dans certains pays de cet espace. Si cela est le cas de votre pays, veuillez indiquer cette spécification dans les métadonnées.

LF7. Cette question se réfère aux règles devant se retrouver dans la législation nationale définissant le concept de « radio et télévision communautaire », ainsi que la réglementation et les lois qui s'appliquent.

LF11. Le but de ce tableau est d'établir la typologie des établissements qui assurent la délivrance des licences, des accords d'enregistrement ou toute autre autorisation pour opérer un titre de journal dans votre pays.

Pour chaque prérogative tel que cela est applicable pour la presse dans votre pays, veuillez identifier en premier l'établissement par le code approprié (***A = Autorité de régulation ; B = Chef de l'exécutif (Président ou Premier Ministre) ; C = Ministère de tutelle ; D = Corps législatif; E = Cabinet exécutif, F= Autres***) et veuillez fournir aussi son nom complet dans la cellule juste en dessous.

LF12. Si dans votre pays, il existe une Autorité de régulation de la presse, le but de cette question est d'identifier ses responsabilités parmi celles listées. Veuillez cocher seulement celles qui font partie de son mandat. Cochez « Non, le mandat relève d'une autre entité » si c'est une autre institution qui a ce mandat ; ou bien cochez « Le mandat est partagé avec une autre entité », ou alors « Non, ce mandat n'existe pas dans notre pays » si ce mandat n'est pas exercé dans votre pays. S'il n'existe pas d'Autorité de régulation de la presse, veuillez ignorer cette question et faire une note dans les métadonnées.

LF13. Cette question s'adresse à l'existence de lois offrant des garanties légales pour protéger la confidentialité des sources d'information du journaliste. Celles-ci font en général partie des lois de la presse qui sont établies pour offrir une protection légale aux journalistes qui couvrent des sujets sensibles et leur droit à ne pas révéler l'identité de leurs sources sur un sujet.

LF14. Veuillez indiquer si oui ou non des qualifications sont requises par la loi ou une règlementation pour pratiquer comme journaliste dans votre pays, puis donnez la référence de la loi ou le lien internet.

LF16. La propriété croisée des médias se réfère à la situation dans laquelle une société ou un individu dispose d'une part de contrôle significative ou majoritaire dans deux types de médias ou plus, qui couvrent le même marché. Par exemple, une société qui possède une chaîne de télévision ou de radio, et un journal dans la même ville.

LF17. L'accès à l'information se réfère au droit légal à l'accès sur demande, à la plupart des documents officiels détenus par les autorités publiques.

5. GLOSSAIRE ET DÉFINITIONS

À LA DEMANDE (VOD, AVOD) se réfère à un système de diffusion qui permet aux utilisateurs de sélectionner et visionner/écouter un contenu vidéo ou audio à la demande. Vidéo à la demande (VOD) et Audio et Vidéo à la demande (AVOD) sont les options communément utilisées.

ASSOCIATION COMMUNAUTAIRE se réfère à une association qui représente les intérêts d'une communauté. Pour cette enquête (voir table B6 du questionnaire sur l'audiovisuel), cette association ne s'occupe pas spécifiquement des affaires religieuses ou l'éducation.

AUTORISATION est une permission officielle, généralement sous la forme d'une lettre ou d'un document qui confirme qu'un organisme médiatique (diffuseur ou presse) a la permission d'opérer dans une certaine zone du territoire national.

AUTORITÉ D'AUTO- RÉGULATION c'est une entité constituée par les organismes de média pour assurer un niveau de supervision et de régulation de l'industrie (ou de profession) des médias.

AUTORITÉ DE RÉGULATION est un corps administratif établi par une loi et à qui est donné le pouvoir d'exercer des fonctions de régulation.

BALLADODIFFUSION (PODCASTS) est une diffusion audio et vidéo qui est téléchargeable sur internet et jouée sur un lecteur portatif qui ne doit pas être nécessairement connecté à internet.

BALLADODIFFUSION PAR L'INTERNET fait référence à des programmes vidéo ou audio préenregistrés qui sont disponibles à travers l'internet pour téléchargement ou sur demande.

CHAÎNE se réfère à un service de diffusion de radio ou de télévision fourni par un organisme de diffusion, composé d'un ensemble de contenus, programmés et identifiés sous un nom unique, transmis en mode linéaire (par exemple : direct, simultané), par signal de transmission analogique ou numérique, généralement au travers d'un câble terrestre, d'un satellite et/ou une plateforme internet.

CHAÎNE GÉNÉRALISTE se réfère aux programmes ou des chaînes dédiées à différents genres d'émission ayant pour but d'attirer une audience large et diverse, généralement caractérisés par un niveau élevé de substitution aux yeux des consommateurs.

CHAÎNE THEMATIQUE (contrairement à la chaîne généraliste) se réfère à une chaîne dédiée à un genre spécifique ou un sujet donné, et visant une audience précise. Elle offre aux éditeurs/téléspectateurs un contenu qui correspond à leur gout propre.

CODE DE CONDUITE se réfère aux standards professionnels et éthiques.

COMMUNAUTÉ se réfère à tout groupe de personnes qui partagent un caractère commun et/ou des intérêts communs. Une communauté peut aussi bien être un groupe de personnes basées sur une aire géographique donnée et qui partagent les mêmes caractéristiques démographiques ou bien un groupe social qui partage les mêmes intérêts sans tenir compte de leur situation géographique à l'intérieur d'un pays.

CONTENU POUR TÉLÉPHONE MOBILE se réfère au contenu, sous forme de programmes particuliers ou bien l'ensemble de la programmation, spécialement conditionné par les diffuseurs pour les utilisateurs de téléphone mobile .

COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE DU JOURNAL

- **La couverture nationale** se réfère à la disponibilité physique du journal dans toutes les zones majeures urbaines.
- **La couverture régionale/locale** se réfère à tous les journaux qui ont une couverture géographique moindre que les journaux nationaux en matière de contenus journalistiques et de distribution.

COTE, AUDIMAT se réfère au pourcentage des individus qui regardent/ écoutent une chaîne de télévision/radio donnée sur le total des individus dans le pays. Veuillez donner ce pourcentage en termes de moyenne annuelle

DISTRIBUTION MOYENNE PAR ÉDITION se réfère au nombre moyen de copies soit vendues (dans le cas de titres payants), soit distribuées gratuitement (dans le cas de titres gratuits) par numéro, pour les journaux quotidiens et non quotidiens à l'intérieur du pays.

DISTRIBUTION MOYENNE PAR ÉDITION se réfère au nombre moyen de copies par édition qui sont soit vendues, soit diffusées gratuitement, pour les journaux quotidiens et non quotidiens à l'intérieur du pays (voir Encadré 3 pour le calcul)

DIFFUSION PAR L'INTERNET (OU EN LIGNE) renvoi à des chaînes qui sont physiquement basées (hôtes) dans votre pays et fournissent quotidiennement des services de diffusion radio et de télévision en temps réel via l'internet.

DIFFUSION LIBRE fait référence à des contenus (TV) diffusés qui peuvent être reçus avec une antenne râteau par opposition à la TV (câble, satellite, etc.) qu'il faut payer.

DIFFUSION PAYANTE (TV ou RADIO) se réfère à un contenu de diffusion (TV ou RADIO) qui ne peut pas être reçu gratuitement avec une antenne râteau, mais par câble, par satellite, etc. et dont l'accès est payant.

DIFFUSION EN MODE CONTINU se réfère à une diffusion vidéo et/ou audio en direct à travers l'internet. Elle est fournie par la diffusion en temps réel et utilise un mode de diffusion en continu. On parle de flux de données, en général sous forme audio et vidéo, lorsqu'un fichier multimédia peut être lu sans être préalablement entièrement téléchargé.

DIFFUSION EN MODE CONTINU EN DIRECT SUR L'INTERNET réfère à une transmission linéaire continue par l'internet d'un service de diffusion.

DIFFUSION TÉLÉVISÉE se réfère à la transmission sans l'utilisation de fils pour la réception publique d'images accompagnées de son, sur la base d'une grille horaire de programmes réguliers (adapté à partir de la Convention Internationale de la Convention pour la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion - WIPO 1961).

DIFFUSION EN SIMULTANÉE se réfère à des programmes ou des événements diffusés au travers de plus d'une plateforme médiatique.

DIFFUSION EN SIMULTANÉE (EN LIGNE) se réfère à des programmes ou des événements diffusés en ligne et à travers toute autre plateforme média, Wireless ou fibre

ENFANTS La Convention Internationale des Droits de l'Enfant (article 1er) définit l'enfant comme « toute personne en dessous de l'âge de 18 ans, à moins que selon la loi applicable à l'enfant la majorité ne soit atteinte plus tôt »

ENREGISTREMENT DU JOURNAL est la procédure à travers de laquelle l'autorisation de publication est obtenue après soumission des documents requis auprès d'un corps de régulation compétent ou d'une autorité.

FORMAT DE PUBLICATION

- **journal uniquement imprimé** est mis sous presse et distribué uniquement en format papier.
- **journal imprimé et en ligne** est imprimé en format papier et publié aussi en ligne. Le journal en ligne peut être une version gratuite ou payante du journal imprimé.
- **journal uniquement en ligne** est un journal publié uniquement sur l'internet. Le journal est mis à jour régulièrement selon une périodicité ou autant de fois que cela est requis.

FUSION se produit quand deux sociétés s'associent pour former une société unique. Une fusion est très similaire à une acquisition ou à une prise de contrôle, sauf que, dans le cas de la fusion, les actionnaires des deux sociétés en

question conservent un intérêt partagé dans la nouvelle société. En comparaison, dans **une acquisition** une société achète une partie des parts de la seconde société, créant de fait un déséquilibre dans la propriété de la nouvelle

INSTITUTIONS EDUCATIVES. Elles ont une vocation éducative essentiellement. De telles institutions sont normalement accréditées par une autorité publique. Cependant que la majorité des institutions éducatives tombent sous la juridiction de, ou sont opérées par, une autorité d'éducation, d'autres agences publiques qui traitent de sujets tels que la santé, la formation, le travail, la justice, la défense, les services sociaux, etc. peuvent aussi être impliquées. Les institutions éducatives peuvent aussi être gérées par des organismes privés tels que des corps religieux, des groupes d'intérêts spéciaux ou des établissements éducatifs et de formation privés, qu'ils soient ou non à but lucratif.

INSTITUTIONS RELIGIEUSES : églises, temples, mosquées et autres lieux de culte et institutions qui parfois diffusent leurs services et autres sermons religieux à travers la radio et la télévision.

JOURNAL COMMUNAUTAIRE. Il est publié pour une communauté et appartient ou est enregistré au nom d'un individu, d'un organisme communautaire ou d'une organisation non gouvernementale (ONG). C'est une publication périodique qui fournit des informations, qui paraît au moins une fois par semaine et est distribuée en particulier pour cibler une audience spécifique, que ce soit dans une zone géographique particulière ou un groupe social. Un journal communautaire peut être enregistré/licencié officiellement, subordonné aux règlements nationaux en vigueur. Il peut être distribué gratuitement (dans le cas où la production du journal est financée par les membres de la communauté) ou contre paiement. Habituellement, les journaux communautaires ne sont pas destinés à faire du profit et comprennent des informations et des sujets qui ne sont pas couverts par les médias principaux que ceux-ci soient publics ou privés.

JOURNAL ETRANGER : journal qui est la propriété de, et qui est publié par, une entité publique, privée ou communautaire ayant son siège social en dehors du pays.

JOURNAL QUOTIDIEN relate principalement des informations et des évènements au moins quatre fois par semaine.

JOURNAL NON QUOTIDIEN est publié moins de quatre fois, mais au moins une fois, par semaine.

JOURNAL GRATUIT fait référence au journal distribué gratuitement à tout lecteur intéressé.

JOURNAL PAYANT Se réfère à un journal qui est seulement distribué à un lecteur intéressé moyennant une certaine somme d'argent.

JOURNAL PRIVÉ C'est un journal qui appartient, et qui est publié par une société privée nationale ou étrangère, ou par des personnes dans un but principalement lucratif.

JOURNAL PUBLIC Un journal qui appartient à, ou est publié par une entité publique, ou qui est la propriété de, ou parrainé par l'État.

JOURNALISTES sont des professionnels engagés par les organismes de diffusion des medias pour rechercher, investiguer, interpréter, éditer, écrire et produire des informations dans un format médiatique à travers la télévision, la radio, et autres médias. Ces termes comprennent les annonceurs/présentateurs employés par un organisme de diffusion, mais exclut les occupations telles que directeur des relations publiques, photojournaliste et opérateur caméra (adapté à partir du *Standard International de Classification des Occupations 2008*).

LECTORAT est un terme général qui réfère au nombre moyen de personnes qui lisent une publication particulière. Le terme comprend à la fois les individus qui ont acheté la publication et d'autres qui ont lu la publication.

Note : La distribution est calculée par le nombre de copies vendues ou distribuées gratuitement, mais le lectorat peut être estimé par une enquête. Si les chiffres de l'audience/lectorat sont plus grands que le tirage, c'est dû au fait qu'un seul exemplaire d'un journal peut avoir plusieurs lecteurs.

LÉGISLATION SUR LES JOURNAUX requiert d'un journal qu'il enregistre ou obtienne une licence de l'autorité de tutelle pour publier à un niveau local, régional, national ou international. L'autorité de tutelle peut être le Registre général des publications, les autorités de règlementation, le Ministère de l'information et de la communication ou autres

institutions d'état impliquées dans les politiques de programmation et des émissions, aussi bien que la délivrance des licences pour la production et l'expansion de la diffusion ou de médias écrits.

LICENCE est une permission dont l'organisme de média doit faire la demande afin de commencer la publication et qui peut lui être accordée ou non. Dans le cas de l'audiovisuel, la licence est attribuée pour utiliser des ressources publics comme les spectres de fréquences. Dans certains pays, le diffuseur peut avoir besoin d'une licence d'utilisation d'un spectre et d'une autre pour la diffusion de contenu, cette dernière spécifiant les conditions sur le contenu afin d'utiliser le spectre alloué.

LIGNE ÉDITORIALE se réfère aux politiques éditoriales, lesquelles doivent être écrites et disponibles dans les salles de presse, et devraient faire référence aux valeurs informationnelles (importantes pour l'audience) et l'intérêt public au sens large comme des critères essentiels de prise de décision en matière de couverture de nouvelles. Dans certains cas, les politiques peuvent explicitement affirmer leur indépendance politique, vis-à-vis d'autres forces externes et des points de vue personnels.

MODE LINÉAIRE se réfère aux services de télévision analogique et numérique, fournis directement sur internet par un organisme de média, pour une vision simultanée d'une grille de programmes. Ce qui est à l'opposé du mode non-linéaire qui se réfère aux services sur demande (services fournis à un moment choisi par l'utilisateur sur la base d'un catalogue de programmes proposés par l'organisme de média).

OPÉRATEUR d'une station communautaire se réfère à l'organisme ou l'entité qui gère et/ou assure le fonctionnement de la station. Veuillez classer toute chaîne de radio et télévision communautaire selon qu'elle est gérée par un organisme communautaire ou un organisme privé à but non lucratif, tel qu'un établissement éducatif ou un organisme religieux.

ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES (ONG) se réfèrent à des entités ne relevant pas de l'État, et qui fournissent des services et travaillent sur une base non lucrative.

ORGANISMES DE DIFFUSION DE RADIO ET TÉLÉVISION sont des entités **légalement autorisées** à fournir, sous leur propre responsabilité éditoriale, au **moins une** chaîne **de radio et/ou de télévision** spécifiquement **éditée** pour une population donnée et transmise en encodage linéaire (y compris en mode « quasi-à-la-demande »).

ORGANISMES DE DIFFUSION FONDÉS PAR LA COMMUNAUTÉ se réfèrent à des entités de diffusion qui servent la communauté et qui appartiennent à son instance représentative, une organisation non gouvernementale ou une organisation sponsorisée par le gouvernement qui travaille dans la communauté. Ces organismes opèrent généralement sur une base non-lucrative. Ils peuvent être soit éducatifs ou bien des organisations non gouvernementales, des organismes religieux, etc.

ORGANISMES DE DIFFUSION RADIO ET TÉLÉVISION ÉTABLIS DANS VOTRE PAYS sont des entités **légalement autorisées** à fournir, sous leur propre responsabilité rédactionnelle, au **moins une** chaîne **de radio et/ou télévision** spécifiquement **éditée** pour la population de votre pays et transmise en mode linéaire (y compris le mode « quasi-à-la-demande »).
La définition d'organisme de diffusion exclut les compagnies de production, les opérateurs purs de réseaux ou autres fournisseurs de services médias tels que les fournisseurs de câble, fournisseurs de bouquets, les agrégateurs de contenus, les publicitaires, les nouvelles agences etc., à moins qu'ils opèrent leur(s) propre(s) chaîne(s) de diffusion.

ORGANISMES ÉTRANGERS DE DIFFUSION RADIO ET TÉLÉVISION sont dans le cadre de cette enquête, des entités ayant ou non une autorisation légale (si requise) de diffuser à la population du pays, des chaînes de radio ou de télévision dont le contenu n'est pas spécialement conçu pour l'audience de ce pays.

ORGANISMES PUBLIC DE DIFFUSION sont des entités de diffusion nationales financées, au moins en partie, au travers de l'argent public et opérées par une autorité de l'État, soit directement (par exemple gouvernement central, fédéral, provincial ou local) ou à travers un organisme séparé créé ou accrédité par un acte législatif ou une règlementation en tant que corps autonome (par exemple une entité de diffusion de service public).

ORGANISMES PRIVÉS DE DIFFUSION sont **des entités de diffusion** domestiques, qui sont la propriété et sont opérées par des sociétés ou des personnes à des fins lucratives et sont enregistrées dans le pays. Les revenus des diffuseurs privés proviennent largement des publicités.

PART D'AUDIENCE correspond au pourcentage moyen annuel d'individus qui regardent une chaîne de télévision donnée ou écoutent une chaîne de radio donnée, parmi le total des individus qui regardent l'ensemble des chaînes de télévision ou écoutent l'ensemble des chaînes radio à un moment spécifique (heure, jour, semaine, mois, année).

PART DE MARCHÉ est définie comme étant le pourcentage des revenus totaux attribuables à un organisme de diffusion radio, télévision ou presse séparément, sur le revenu total obtenu par la somme des revenus individuels de chaque organisme médiatique dans l'année de référence.

PÉNÉTRATION TECHNIQUE se réfère à l'audience potentielle de la chaîne, par exemple le nombre de ménages qui pourraient potentiellement recevoir la chaîne (MAVISE-EAO).

PLATEFORME TECHNIQUE DE TRANSMISSION se réfère aux plateformes et aux opérateurs à partir desquels la chaîne diffusée est disponible (MAVISE-EAO).

PORTÉE se réfère au nombre d'individus qui regardent/écoutent une chaîne de télé/radio dans une période de temps donné, exprimé en valeur absolue (généralement par jour ou par semaine), converti en moyenne annuelle.

PROGRAMME THÉMATIQUE est un programme qui est orienté vers un sujet spécifique.

PROPRIÉTAIRE se réfère au secteur auquel un opérateur économique appartient. Aux fins de cette enquête, trois secteurs ont été identifiés pour caractériser les organismes de diffusion des médias.

Public : l'organisme de diffusion est la propriété de l'État ou du gouvernement.

Privé : l'organisme de diffusion est la propriété d'une personne, d'un groupe de personnes, ou d'une société privée.

Communautaire : l'organisme de diffusion est la propriété d'une organisation communautaire ou d'une organisation non gouvernementale (ONG).

PROPRIÉTÉ CROISÉE DES MÉDIAS est la situation dans laquelle une société ou individu est propriétaire de plusieurs type de médias (presse, télévision, radio) à la fois.

PRODUCTION D'ORIGINE LOCALE renvoie à des programmes qui sont produits par des compagnies basées dans le pays répondant, et qui vise une population précise dudit pays.
PRODUCTION ETRANGERE se réfère à des programmes qui sont produits et financés en dehors du pays répondant et qui ne sont pas spécifiquement conçus ou édités (c.-à-d. doublés ou sous-titrés) pour la population locale du pays répondant.

PROPRIÉTAIRE D'ORIGINE NATIONALE est un opérateur économique qui est basé dans le pays où il est le propriétaire de l'organisme diffuseur, par opposition à un PROPRIÉTAIRE ÉTRANGER qui est basé dans un autre pays mais détient l'organisme(s) médiatique(s) diffuseur dans votre pays.
PROPRIÉTAIRE D'ORIGINE ETRANGÈRE (VOIR PROPRIETAIRE D'ORIGINE NATIONALE)

RADIODIFFUSION C'est la transmission sans l'utilisation de fils pour la réception publique du son sur la base d'une grille horaire de programmes réguliers (adapté à partir de la Convention Internationale de la Convention pour la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion - WIPO 1961).

SIGNAL ANALOGIQUE réfère à la technique de transmission traditionnelle basée sur les ondes électroniques.

SIGNAL NUMÉRIQUE Un signal électronique transmis comme un encodage binaire qui peut être sous la forme soit de la présence ou l'absence de courant, soit d'un niveau de voltage élevé et bas, soit de courtes pulsations à une

fréquence particulière. La transmission basée sur la technologie numérique comparée au **signal analogique**, fournit du texte, des images et du son de meilleure qualité, aussi bien que des fonctions supplémentaires. Toute distribution du signal numérique ne renvoie pas directement à l'internet, ce dernier se réalisant seulement lorsque le protocole IP est utilisé.

SERVICE DE DIFFUSION PUBLIC/D'ÉTAT est fournit par un corps statutaire et financé directement par l'État ou par des redevances imposées par le prestataire et/ou par les publicités ou toutes combinaisons des trois.

TÉLÉVISION ANALOGIQUE. Elle encode des images télévisées et les informations sur le son qu'elle transmet en tant que signal analogique, lequel peut varier en amplitude et en fréquence. Les diffuseurs qui utilisent le système de télévision analogique utilisent un encodage analogique pour le signal. Une image de télévision analogique est « dessinée » sur l'écran, un cadre entier à la fois, de la même manière qu'un film (cinématographique) et sans considération du contenu de l'image.

TOTALE DES DISTRIBUTIONS MOYENNES PAR ÉDITION se réfère à la somme des diffusions moyennes par édition de tous les titres de journaux qui ont été reportés dans une catégorie donnée. Par exemple, s'il y a trois titres de journaux non-quotidiens pour votre pays en 2011, pour lesquels les distributions moyennes par édition sont respectivement 25 000, 50 000 et 35 000, alors le Total des distributions moyennes par édition sera 110 000.

6. RÉFÉRENCES ET SOURCES D'INFORMATION

1. The Annual/Bi annual reports, handbooks and websites of the ministries of information, communication, broadcast, communication technologies, etc.
2. Reports from the national statistical departments of the national, provincial or state government of various countries.
3. Reports of broadcast associations, societies, broadcast institutions, broadcast regulatory bodies etc.
4. Circulation of Newspapers http://www.wan-press.org/article14362.html
5. World Association of Newspapers (WAN): http://www.wan-press.org
6. World Media Handbook : http://www.popline.org/docs/0039/064993.html
7. CIA World Factbook https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/
8. Handbook on Mass Media in the United States: The Industry and Its Audiences:
9. http://www.questia.com/library/book/handbook-on-mass-media-in-the-united-states-the-industry-and-its-audiences-by-brown-h-carpenter-erwin-k-thomas.jsp
10. Media Laws http://www.medialaw.com.sg/ethics/jcode.htm
11. Code of ethics in countries http://www.medialaw.com.sg/ethics/jcode.htm,
12. http://www.cbc.ca/news/background/internet/podcasting.html Sources of Information for further clarification on podcasting on radio and television
13. A handbook of media and communication research: qualitative and quantitative
14. European audiovisual observatory http://www.obs.coe.int/db/index.html.en
15. Federal Communications Commission (FCC) http://www.fcc.gov/
16. Nordic Information Center for Media and Communication Research (NORDICOM) http://www.nordicom.gu.se/eng.php?portal=&main=
18. Centre for Law and Democracy: http://www.law-democracy.org/
19 Open Society Institute Mapping Digital Media: www.mediapolicy.org